

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕДИЙНЫЕ КОНКУРСЫ КАК ФОРМА ПРОДВИЖЕНИЯ ПАТРИОТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ

А. Н. Чумиков

*Московский государственный лингвистический университет, г. Москва,
Российская Федерация*

В статье рассматриваются теория и практика государственной политики в области формирования и продвижения патриотических ценностей в увязке с задачами средств массовой информации в данной области. В качестве одной из ключевых форм реализации таких задач выделяются конкурсы СМИ. Они, в свою очередь, понимаются как стратегия добровольного и массового вовлечения журналистов в дело патриотического воспитания граждан.

Анализируется разделы о медиа в целом и конкурсах СМИ как их составной части в федеральных государственных программах патриотического воспитания, принятых в 2001–2024 гг., а также практика проведения конкурсов государственными, общественными и коммерческими организациями.

Описывается последовательно формировавшаяся общегосударственная модель таких конкурсов, достигшая пика своей эффективности к 2020 г. и состоящая из федеральных и межрегиональных конкурсов СМИ «Патриот России», «Слава России», «Моя малая Родина», «Вызов XXI век» и ряда других. Ориентиры для дальнейшего развития СМИ как субъектов патриотического воспитания представлены в материалах Всероссийской научно-практической конференции «Вклад СМИ в реализацию государственной программы патриотического воспитания граждан Российской Федерации». На форуме принят «Меморандум о патриотизме», выполняющий функцию информационного эталона – этического руководства для составления и оценки медийных текстов массового воздействия.

Показывается, что после 2020 г. и патриотическая политика в целом, и ее медийные составляемые вместе с конкурсами СМИ во многом переместились из общефедеральных стратегий в федерально-ведомственные программы. Число самих конкурсов СМИ федерального масштаба существенно сократилось.

По мнению автора статьи, данная ситуация требует коррекции с возвратом к раскрытым в статье опыту и моделям предыдущего периода.

Ключевые слова: государственная политика, патриотические ценности, программы патриотического воспитания, конкурсы СМИ, организационно-финансовая поддержка, добровольное вовлечение, информационный эталон.

Введение

Каждое государство стремится формировать у своих граждан патриотические ценности, трактуя понятие патриотизма с акцентом на наиболее значимые для конкретной страны стратегические и ситуативные обстоятельства. Накоплено и отработано значительное количество эффективных форм патриотического воспитания, среди которых курсы социально-гуманитарных дисциплин в школах и вузах, издание специальной литературы, массовые тематические праздники и, наконец, послания государственных лидеров и организация пула медийных каналов с синхронизированной тональностью актуальных для государства материалов.

С начала XXI века российские власти уделяют всё более пристальное внимание роли в данном процессе средств массовой информации. В Концепции патриотического воспитания граждан Российской Федерации содержится важное положение о двоякости этой роли. С одной стороны, указывается, что «...основными группами граждан, выступающими объектами патриотического воспитания, являются ... творческая интеллигенция и представители средств массовой информации».

Получается, что они сами нуждаются в воздействии, имеющем целью формирование твердой и активной патриотической позиции.

С другой стороны, в Концепции говорится о том, что объектная позиция названных социальных групп относительна. Будучи включенными в систему патриотического воспитания, они в то же время являются и его субъектами [1].

То есть и всегда, и особенно в современных условиях свершившейся медиатизации общества СМИ в идеале должны нести полученные патриотические ценности разным категориям граждан. Таким образом, актуальной задачей научного исследования становится анализ направлений, принципов, а также форм работы со СМИ, позволяющих эффективно включить их субъект-объектный потенциал в дело патриотического воспитания населения.

В решении этой задачи мы выделяем три основных блока. Первый из них является базисным для всех категорий граждан и выражается в артикуляции и декларировании самого понятия «патриотизм» применительно к интересам России. Второй блок предполагает подготовку собственно

журналистов на уровне обучения профессии в высших учебных заведениях и послевузовских мероприятий по совершенствованию профессиональных навыков. Третий блок касается добровольного вовлечения журналистов и редакций в целом в систему патриотического воспитания на основе их личных и (или) корпоративных установок. К ключевым и наиболее эффективным формам такого вовлечения мы относим профессиональные конкурсы, которые и становятся предметом углубленного рассмотрения в статье.

Обзор литературы

Анализируя вузовскую подготовку будущих журналистов, Л. С. Макарова говорит о необходимости прививать им такие общие и очевидные принципы патриотизма, как «...неравнодушное отношение к своей стране», «...несовместимость с ксенофобией, высокомерным и презрительным отношением к другим народам», различие понятий «...любовь к своей стране» и «...ненависть и высокомерие по отношению ко всем остальным» [2].

В. К. Иванов фокусируется на организационно-финансовой стороне профессиональной деятельности СМИ, имея в виду целевую государственную финансовую поддержку изданий, имеющих особое информационно-социальное значение, за счет средств федерального и региональных бюджетов. По мнению автора, поддерживаться должны серии тематически однородных материалов, ориентированные на реализацию насущных государственных задач и приоритетов, а именно: популяризацию приоритетных национальных проектов, формирование культа семьи и здорового образа жизни; борьбу с коррупцией, преступностью, наркоманией, расовой и межконфессиональной рознью; обеспечение безопасности на дорогах, развитие межнационального общения и творчества народов Российской Федерации, разъяснение принимаемых законов.

Исследователь говорит и о необходимости «...установления различных пределов свободного развития медийного пространства на коммерческой основе» в части ограничений, связанных с безопасностью самого государства, в том числе с противодействием терроризму, наркомании, разрушению детской нравственности [3].

А. Н. Гуреева и П. А. Киреева замечают, что журналисты в конечном счете должны формировать позитивный медиаобраз государства, представляющий закодированное в медийном тексте ценностное представление автора и вызывающее ценностную реакцию адресата [4].

Э. А. Галумов выделяет содержательные характеристики такого медиаобраза: это природно-ресурсный потенциал страны, ее культурно-историческое наследие, особенности геополитического положения, стиль реализации политической власти, характер и принципы деятельности общественно-политических объединений, модели соци-

ального взаимодействия, социально-психологические настроения в обществе, морально-нравственные аспекты его развития [5].

Анализируя исторический опыт развития СМИ, А. В. Возжеников и А. Н. Кузнецов констатируют, что СМИ успешно выполняли роль субъекта формирования патриотизма и гражданственности в советский период постольку, поскольку транслировали и актуализировали устойчивый и актуальный для государства спектр политических проблем.

Но в дальнейшем они пустились в «свободное плавание» в определении стратегии выживания и развития в условиях рыночных отношений и политических реформ. У СМИ появилась возможность заявить о своей политической субъектности. Наравне с другими политическими институтами они начали работать над созданием демократической генерации российских граждан – носителей новой политической культуры, новых ценностей, нового отношения к будущему государства и общества. Но увеличение возможностей СМИ не всегда приводило к расширению их политической субъектности в формировании новых компонентов патриотизма и гражданственности. На выполнение этих задач СМИ, по мнению исследователей, «...должны быть ориентированы соответствующими коллективами» [6].

Многие авторы отдают приоритет ценностям «журналистики вообще», но не «журналистики для своей страны». Например, Г. В. Кручевская к профессиональным журналистским ценностям относит такие, как предоставление аудитории социально важной или социально интересной информации, создание адекватной картины мира, строгая документальность сообщений, стремление к объективности путем представления различных точек зрения, рассмотрение событий и явлений с гуманистических позиций, то есть через призму интересов личности, создание информационного продукта, полезного для аудитории [7].

Данная тенденция во многом характерна и для отечественной журналистики в целом. Очевидно, что возможности журналистов вместе с их ограничениями регулируются правовыми актами государств и регионов. Что же касается ценностных ориентировок, то они содержатся главным образом в кодексах профессиональной этики. О. В. Смирнова и С. Б. Стебловская изучили более 30 таких кодексов, принятых в России в период с 1994 по 2014 гг. на различных уровнях (федеральный, региональный, отраслевой, редакционный), а затем сопоставили их с аналогами Китайской народной республики. В базовых позициях этих документов выявлены существенные различия.

Так, основные установки «Медиаэтического стандарта» (Россия, 2021) направлены на социальную ответственность и профессиональную честность журналиста, обеспечение права граждан

на информацию и свободу слова, уважение частной жизни и человеческого достоинства, защиту многообразия культур. В «Кодексе профессиональной этики журналистов» (КНР, 2019) закреплены во многом иные ключевые смыслы профессии журналиста: беззаветное служение народу, социальная ответственность, патриотизм, соблюдение законности и дисциплины; обеспечение достоверности фактов, объективности и справедливости; отсутствие стремления к личной выгоде, поддержание духа национального единства и сотрудничества, укрепление мирного сосуществования, уважение национальных традиций.

Другими словами, в кодексах КНР приоритетное внимание уделяется деятельности журналиста по продвижению интересов государства, в то время как в фокусе российского кодекса находятся в первую очередь «права и свободы человека» [8].

Что же касается воспитания патриотических ценностей с применением форм, не связанных с вузовским обучением или семинарами по повышению квалификации журналистов, то в исследовательских публикациях они затрагиваются чрезвычайно редко. Тем более это относится к медийным конкурсам, которым посвящены лишь отдельные материалы. Характерным примером выступает статья А. Р. Таирова, где конкурсы СМИ рассматриваются лишь как средство продвижения изданий [9].

Методы исследования

Исследование представляет собой не столько продолжающийся, сколько инновационный характер. Анализируется медийная проблематика, включающая конкурсы СМИ, в программах патриотического воспитания населения общегосударственного масштаба, принятых в 2001–2024 гг. Рассматривается практика организации журналистских конкурсов федеральными министерствами и ведомствами, общероссийскими общественными организациями и коммерческими структурами. В поле зрения находится тематика конкурсов, отражающая ключевые явления социально-политической жизни страны. Представлен обзор материалов Всероссийской научно-практической конференции «Вклад средств массовой информации в реализацию государственной программы патриотического воспитания населения» и принятого на ней Меморандума о патриотизме.

Помимо общего анализа, существенное значение для актуальных выводов имеет многолетний, объемный и эксклюзивный личный опыт авторского участия и наблюдения за процессом организации и проведения конкурсов. В 2001–2024 гг. – период, сопряженный с временем исследования – возглавляемое автором Агентство «Международный пресс-клуб» выступало исполнителем государственных контрактов, а сам автор являлся руководителем оргкомитета и председателем жюри таких массовых всероссийских и межрегиональ-

ных конкурсов СМИ, как «Патриот России», «Слава России», «Моя малая Родина», «Вызов XXI век», «Русский язык в электронных СМИ», «Созвездие мужества», «Журналисты против террора».

Результаты и дискуссия

Общее определение конкурса, присутствующее с незначительными вариациями в разных словарях, сводится к понятию соревнования, имеющего целью выявить и отметить лучших в своей сфере деятельности. Применительно к термину «лучшие» существует две категории критериев: одна, основная, предполагает выделение показателей, характеризующих функциональную суть профессиональных активностей; другая, дополняющая, – их содержательные основания.

В России ежегодно проводятся сотни журналистских конкурсов, организованных федеральными и региональными органами власти, коммерческими структурами, общественными организациями. При этом «вес» критериев первой и второй категории варьируется от примерно равной пропорциональной представленности до полного доминирования одной из них.

Обратившись к положению о ежегодно проводимом Союзом журналистов России Всероссийском конкурсе на лучшее журналистское произведение, можно увидеть, что критерии оценки материалов охватывают главным образом позиции первой категории. Среди них присутствуют такие, как журналистское мастерство, действительность публикации; выразительность, точность и доходчивость языка изложения; работа с экспертами и использование интерактива, оригинальность идеи и способов подачи материала. Критерии второй категории определяются одной фразой: «общественная значимость» [10].

В журналистской номинации фестиваля МЧС России «Созвездие мужества», напротив, преимущественное внимание уделяется содержательным критериям: в конкурсе участвуют журналисты и редакции, опубликовавшие материалы по тематике безопасности и спасения людей, предупреждения чрезвычайных ситуаций и ликвидации их последствий [11].

Если же говорить о конкурсах коммерческих структур, то ведущим критерием в них является упоминание производителей товаров и торговых марок. Ассоциации предпринимателей также не выходят за рамки тематических критериев, расширяя их до вопросов экономического развития страны, региона, предприятия в целом. Так, Торгово-промышленная палата РФ в течение 30 лет проводит конкурс журналистов «Экономическое возрождение России». Его цель – стимулирование развития экономического направления в отечественной журналистике и объективного отражения средствами массовой информации проблем становления и успехов отечественного предпринимательства [12].

Как показывают приведенные примеры, единый подход к оценке конкурсных материалов СМИ отсутствует как в области профессиональных критериев журналистики, так и в плане ценностно-тематических ориентаций. Однако автор вовсе не склонен предлагать унификацию данных форм и процессов, что в принципе не нужно и невозможно. Другое дело, что политика формирования у журналистов патриотических ценностей должна присутствовать в принципе, и реализовать ее по силам лишь государству и в общефедеральном масштабе. Существенная роль, на наш взгляд, здесь должна отводиться государственным медийным конкурсам.

В обоснование данного утверждения приведем следующие доводы. Прямая финансовая поддержка медийных ресурсов со стороны государственных и муниципальных органов власти и связанных с ними корпораций, безусловно, важна и широко осуществляется в нашей стране. Она способствует следованию СМИ в русле государственной политики, но лишь косвенно влияет на формирование личности журналиста как патриота. Фактически здесь действует обычная рыночная схема, где государство является заказчиком, а СМИ и работающие в них журналисты – исполнителями, получающими за свой труд заработную плату и другие виды материального поощрения.

Но в случае с государственными конкурсами ситуация иная. Денежные премии за участие в них касаются лишь малой части конкурсантов, а подавляющее большинство получает символические награды в виде дипломов, призов и медалей. Участие в таких конкурсах – полностью добровольное дело журналиста. Таким образом, если он включился в конкурсную процедуру, предполагающую продвижение в публикациях определенных тем и их ценностной платформы, значит, это соответствует его жизненным принципам. То есть в этом случае журналист определенно пишет или снимает «по зову сердца», который передается потребителям медийной продукции. Происходит процесс вовлечения и «самовоспитания» журналиста в русле актуальных тем и ценностей с последующим воспроизводством их в авторских материалах.

Глубина подобного понимания цели и форм работы с журналистами варьировалась на разных этапах формирования и реализации государственных программ. Так, первая из них, «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации», принималась Правительством РФ в 2001 г. и охватывала последующий пятилетний период [13].

В документе отмечалось, что экономическая дезинтеграция, социальная дифференциация общества, девальвация духовных ценностей оказали негативное влияние на общественное сознание большинства социальных и возрастных групп населения страны. Становилась всё более заметной постепенная утрата нашим обществом традиционного российского патриотического сознания.

Патриотизм кое-где стал перерождаться в национализм. Во многом утрачено истинное значение и понимание интернационализма. В общественном сознании получили широкое распространение равнодушие, эгоизм, индивидуализм, цинизм, немотивированная агрессивность, неуважительное отношение к государству и социальным институтам.

В связи с этим Программа предполагала создание механизма, обеспечивающего становление и эффективное функционирование государственной системы патриотического воспитания, направленной на сохранение общественной стабильности, восстановление национальной экономики и укрепление обороноспособности страны.

В документе выделялся специальный раздел «Государственное воздействие на пропаганду патриотизма в средствах массовой информации», где говорилось, что активизация творческого потенциала журналистов, писателей, кинематографистов осуществляется путем организации конкурсов с учреждением ежегодных премий по патриотической тематике.

В соответствии с Программой стартовал Всероссийский конкурс «За лучшее и систематическое освещение в электронных и печатных СМИ темы патриотического воспитания граждан», получивший название «Патриот России». Ответственными исполнителями данного пункта определялись Министерство РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (МПТР) и Министерство обороны (МО) России.

Важно заметить, что контроль за выполнением мероприятий этой и двух последующих программ осуществлял специальный рабочий орган – Российский государственный военный историко-культурный центр при Правительстве РФ (Росвоенцентр). Он существовал с 1997 по 2016 г., а затем был переименован в Центр поддержки молодежных творческих инициатив и передан в ведение Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь).

Вторая государственная программа патриотического воспитания на 2006–2010 гг. выполняла задачи совершенствования данного процесса, предусматривала его информационное обеспечение и поднимала статус конкурса «Патриот России»: состав ответственных за его проведение дополнялся Росвоенцентром и органами исполнительной власти субъектов РФ [14].

Последующая практика проведения «Патриота России» продемонстрировала его важность и эффективность: конкурс журналистов стал самым массовым в России, ежегодно в нем участвовали СМИ всех субъектов РФ, в финал выходили и награждались сотни СМИ и тысячи работ. Отсюда в третьей государственной программе патриотического воспитания на 2011–2015 гг. фигурировала уже система таких конкурсов, в том числе:

– «Патриот России» (Ответственные: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям – Роспечать, МО России, Росвоенцентр);

– «На страже порядка» (Министерство внутренних дел – МВД России и Федеральная служба исполнения наказаний – ФСИН России);

– «Сибирь – территория надежд» (Ответственные здесь и далее: Роспечать, Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания – ВГТРК, Министерство регионального развития – Минрегион России, органы исполнительной власти субъектов РФ);

– «Щит России»;

– «Моя малая Родина»;

– «Слава России» [15].

Однако в дальнейшем, с передачей функции координатора Программы от Росвоенцентра к Росмолодежи, тенденция развития государственных федеральных и межрегиональных конкурсов СМИ как эффективной формы патриотического воспитания не продолжилась. В четвертой программе патриотического воспитания сохранились лишь два из перечисленных выше конкурсов – «Патриот России» и «Щит России». К ним добавился конкурс журналистского мастерства «Дальний Восток – восходящая звезда России» [16].

Подводя итог развитию медийного блока программ патриотического воспитания в 2001–2020 гг. в целом и конкурсов СМИ как их составной части, следует сказать, что ведущим идеологом и исполнителем здесь являлась Роспечать. Причем, помимо медийных конкурсов, обозначенных в общефедеральных программах, Агентство инициировало и свои собственные. Среди них:

– Всероссийский конкурс телевизионных фильмов и программ «Единение»;

– Всероссийский фестиваль радиопрограмм для детей «RadioJunior»;

– Международный экологический телевизионный фестиваль «Спасти и сохранить»;

– Конкурс электронных СМИ «Гуманитарное сотрудничество во имя процветания»;

– Фестиваль телевизионных и радиопрограмм антитеррористической направленности «ТВ-РАДИО-Антитеррор»;

– «Словесные» конкурсы («Русский язык в электронных СМИ», «Живое слово») [17].

При этом на уровне страны сложилась взаимовязанная организационно-тематическая модель медийных конкурсов. «Патриот России» охватывал все виды СМИ и выступал в качестве базового конкурса по ценностной проблематике, а для участия в нем допускались материалы других конкурсов. Модель принимала во внимание территориальные масштабы и национальное многообразие российского государства. Базовым городом финала конкурса СМИ «Слава России» стал Владикавказ, «Щит России» – Пермь, «Сибирь – территория надежд» – Новосибирск, «Моя малая Родина» – Калуга. Финал «Патриота России» ежегодно проводился как в Москве, так и в столицах разных

регионов России от Архангельска на севере до Ростова-на-Дону на юге, от Великого Новгорода на западе до Челябинска и Омска на востоке; включал в себя центры ведущих национальных республик Казань (Татарстан) и Уфа (Башкортостан).

Такая модель позволяла получать эффективные качественные результаты: во-первых, каждый субъект РФ, где проводились финальные мероприятия конкурсов (семинары, круглые столы, церемония награждения), становился «патриотической площадкой года» с масштабным включением властного ресурса и медийного потенциала; во-вторых, в стране, особенно в ее регионах, складывалось неформальное сообщество журналистов, объединенных общим отношением к патриотизму.

В 2009 г. одновременно с финалом конкурса «Патриот России» в Волгограде проводилась Всероссийская научно-практическая конференция «Вклад СМИ в реализацию государственной программы патриотического воспитания граждан Российской Федерации».

На конференции представлялся и обсуждался аналитический доклад «Патриотизм в актуальных трактовках, отечественных СМИ и сознании россиян». Заключительный документ форума, «Меморандум о патриотизме», определял ориентиры медийной политики в данной области на перспективу [18].

Такого рода формат квалифицируется автором статьи и разработчиком Меморандума как информационный эталон – руководство для составления и оценки медийных текстов массового воздействия. В начале Меморандума присутствуют актуальные трактовки ключевых понятий с ответами на вопросы: что означает патриотизм для нас, на какой основе должно консолидироваться государство, какая идея будет его сплачивать, что такое патриотическая мотивация личности? Далее фиксируются позитивные тенденции в материалах СМИ, заслуживающие одобрения и продолжения; затем обозначаются проблемные места. Содержатся предложения о деятельности СМИ по укреплению патриотического сознания россиян. В глобальном плане это организация системных информационных циклов по «героизации» и «патриотизации» различных эпох, событий России и их персонажей; поиску и продвижению героев современных будней; расширению спектра человеческих личностей, воспринимаемых как выдающиеся и патриотические.

Номинации конкурсов СМИ формировались и претерпевали ежегодную динамику в соответствии с актуальной для страны политико-идеологической проблематикой определенного периода. Приведем их перечень в последнем, XIX конкурсе «Патриот России», проведенном в 2020 г. в Архангельске:

1) «Мы – россияне!» – материалы о выдающихся россиянах; дружбе, взаимопонимании и укреплении национального согласия и духовной общности многонационального народа Российской Федерации;

2) «Россия и мир» – рассказы об участии России в международных экономических и социальных проектах, противодействии санкциям, оптимизации отношений со странами мирового сообщества, формировании многополярного мира, миротворчестве, поддержке прогрессивных начинаний;

3) «Против фальсификации истории» – публикации, направленные на борьбу с фальсификацией истории и сохранение памяти о Великой Отечественной войне в одной или нескольких сериях журналистских работ;

4) «Без срока давности» – истории о трагедиях мирного населения Советского Союза в годы Великой Отечественной войны;

5) «Россия молодая» – работы в СМИ о созидательном труде молодых граждан России; молодежных инициативах в достижении высоких результатов на производстве, в учёбе, научной деятельности, спорте, искусстве, службе в Вооружённых Силах, развитии гражданского общества; героических поступках современной молодежи.

Но далее ситуация изменилась. В 2020 г. почти одновременно произошли два события, существенно повлиявших на перспективы развития медийных конкурсов патриотической направленности. Одно из них – ликвидация Роспечати с передачей его полномочий и функционала Министерству цифрового развития, связи и массовых коммуникаций (Минцифры) РФ. Другим событием стало принятие Правительством РФ Плана мероприятий по реализации в 2021–2025 гг. Стратегии развития воспитания в Российской Федерации [19].

При этом Минцифры не приобрело, а утратило роль координатора государственной медийной политики в части проведения конкурсов СМИ. Эти функции Министерства трансформировались в другие, обозначенные в разделе IV указанной выше Стратегии («Развитие научно-методических механизмов в сфере воспитания»), и предполагают «...проведение регулярных комплексных исследований потребительских и поведенческих особенностей молодежной аудитории в российском сегменте сети “Интернет” в целях повышения уровня информированности органов государственной власти РФ и организаций, осуществляющих деятельность в сфере воспитания, о влиянии информационной среды на формирование взглядов подрастающего поколения».

Большинство из проводимых ранее конкурсов СМИ, включая «Патриот России», прекращено. Информация о немногих оставшихся в принципе не размещается на сайте Минцифры, а присутствует только на ресурсах государственных закупок.

Что же касается государственной практики патриотического воспитания и конкурсов СМИ в целом, то она из общефедеральной превращается в федерально-ведомственную. Так, федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан РФ» закрепляется за Министерством просвещения РФ [20].

Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 г. ориентирована на воспитание и социализацию детей [21].

Из значимых ведомственных медийных конкурсов патриотической направленности федерального уровня, которые продолжались к моменту подготовки настоящей статьи, следует упомянуть такие, как «СМИротворец» – на лучшее освещение вопросов межнациональных и этноконфессиональных отношений (Росмолодежь) [22]; Всероссийский конкурс СМИ «Культура Слова» (Минкультуры) [23]; Конкурс молодых журналистов, пишущих на социально значимые темы, «Вызов XXI век» (Минцифры) [24]; фестиваль СМИ «Щит России» (Минцифры) [25].

Выводы

В первые десятилетия XXI века российским государством накоплен значительный опыт воспитания у граждан патриотических ценностей. В этом вопросе значительное внимание уделяется роли средств массовой информации, одновременно выступающих и субъектом, и объектом данного процесса. В статье проанализированы формы работы со СМИ, позволяющие эффективно включить их субъект-объектный потенциал в дело патриотического воспитания. В качестве одной из ключевых форм выделены медийные конкурсы.

Отмечается, что при высокой значимости организационно-финансовой поддержки СМИ государственными и муниципальными органами власти она лишь косвенно влияет на формирование личности журналиста как патриота. Конкурсы СМИ имеют иную природу и становятся формой добровольного включения журналистов и редакций в процедуру, сопряженную с продвижением в публикациях актуальных для государства тем и их ценностной платформы.

Анализ динамики присутствия и развития проблематики конкурсов СМИ в государственных программах патриотического воспитания 2001–2024 гг., а также практики их проведения подтверждает эффективность такой формы работы. К 2020 г. сложилась взаимоувязанная федеральная модель проведения конкурсов, учитывающая задачи формирования патриотических установок, географические и национальные особенности России и сконцентрированная в проектах Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечати). Однако с включением Роспечати в структуру Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ (Минцифры) данная функция была утрачена.

Что касается государственных программ патриотического воспитания в целом, то роль медийных конкурсов в них принижена, число конкурсов сократилось, а сам подход к их проведению из общегосударственного стал федерально-ведомственным.

Представляется, что позитивный опыт конкурсной модели СМИ и ее результатов, достигну-

тых к 2020 г., должен быть учтен и получить развитие в последующих государственных стратегиях и планах, связанных с медийной политикой.

Литература

1. Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации. 2003. – URL: <https://base.garant.ru/6148105/?ysclid=luqpedr0lr572397266>.
2. Макарова, Л. С. Патриотизм и толерантность как ценностные установки будущего журналиста / Л. С. Макарова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2010. – № 4 (2). – С. 889–892. – URL: <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=3587>.
3. Иванов, В. К. Государственная политика в сфере средств массовой информации / В. К. Иванов // Politbook. – 2015. – № 3. – С. 152–179. – URL: https://politbook.online/images/pdf/PolitBook2015_Issue_3.pdf.
4. Гуреева, А. Н. Формирование медиаобраза государства в контексте медиатизации политической коммуникации / А. Н. Гуреева, П. А. Киреева // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». – 2022. – № 6. – С. 28–55.
5. Галумов, Э. А. Международный имидж современной России : дис. ... д-ра полит. наук / Э. А. Галумов. – М., 2004. – С. 36–43.
6. Возжеников, А. В. СМИ как субъект формирования патриотизма и гражданственности: исторический опыт и перспективы / А. В. Возжеников, А. Н. Кузнецов // Коммуникология. – 2022. – № 10 (1). – С. 107–118.
7. Кручевская, Г. В. Профессиональные ценности журналистики в сфере политической коммуникации / Г. В. Кручевская // Журналистский ежегодник. – 2014. – № 3. – С. 56–59. – URL: https://journals.tsu.ru/uploads/import/1120/files/3_056.pdf.
8. Смирнова, О. В. Ценностные ориентации журналистов России и Китая: сравнительный анализ профессионально-этических кодексов / О. В. Смирнова, С. Б. Стебловская // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11, № 3. – С. 453–472.
9. Таиров, А. Р. Газетные конкурсы как средство продвижения печатных изданий на региональных рынках СМИ / А. Р. Таиров // Вестник Университета Российской академии образования. – 2008. – № 3. – С. 19–22. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?edn=nrckod&ysclid=lv0r3b37wb383850065>.
10. Положение о проведении Всероссийского конкурса на лучшее журналистское произведение 2024 года. Сайт Союза журналистов России. – URL: <https://ruj.ru/contests/szhr-nachinaet-priem-zaya-vok-na-vserossiiskii-konkurs-na-luchshee-zhurnalistskoe-proizvedenie-2024-goda-21000>.
11. Положение о Всероссийском фестивале по тематике безопасности и спасения людей «Созвездие мужества» // Сайт МЧС России. – URL: <https://mchs.gov.ru/ministerstvo/meropriyatiya-mchs-rossii/vserossiyskiy-festival-po-tematike-bezopasnost-i-spaseniya-lyudey-sozvezdie-muzhestva>.
12. Всероссийский конкурс журналистов «Экономическое возрождение России» // Сайт Торгово-промышленной палаты РФ. – URL: <https://jurec.tpprf.ru/usloviya/?ysclid=lue3nxl2ta310176804>.
13. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001–2005 годы». – URL: https://base.garant.ru/1584972/#block_1000.
14. Постановление Правительства РФ от 11 июля 2005 г. № 422 «О государственной программе “Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006–2010 годы”». – URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=5&nd=102098946&ysclid=luqlxvtlnw338206929.
15. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011–2015 годы». – URL: <https://base.garant.ru/199483/?ysclid=luqm9cwh5676511326>.
16. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 1493 «О государственной программе “Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы”». – URL: <https://base.garant.ru/71296398/?ysclid=luxs87x82272072506>.
17. Творческие конкурсы. Архив Роспечати. – URL: <https://web.archive.org/web/20211111091448/https://fapmc.gov.ru/rospechat/newsandevents/contest.html>.
18. Патриотизм в актуальных трактовках, отечественных СМИ и сознании россиян / под ред. А. Н. Чумикова, Ю. П. Квятковского. – М. : Маска, 2009. – 96 с.
19. План мероприятий по реализации в 2021–2025 годах Стратегии развития воспитания в Российской Федерации. Сайт Правительства РФ. – URL: <http://static.government.ru/media/files/LkiAgAELFrIG0oAFgKCjKdAWdi6jbZU5.pdf>
20. Федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан РФ». Сайт Минпросвещения РФ. – URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/>.
21. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года». Российская газета. 8.06.2015. – URL: <https://rg.ru/documents/2015/06/08/vospitanie-dok.html>.
22. Итоги Всероссийского конкурса «СМИ-творец». Сайт Росмолодежи. – URL: <https://fadm.gov.ru/news/35-smi-i-blogov-stali-pobeditelyami-vse-rossiyskogo-konkursa-smirotvorets-2023-/?ysclid=lue462z1fq87619756>.

23. Положение о Всероссийском конкурсе СМИ «Культура Слова» – 2023. Сайт конкурса. – URL: <https://kulturaslova.ru/polozhenie.html?ysclid=luf6heq8uz382494744>.

24. Всероссийский конкурс молодых журналистов «Вызов XXI век». Сайт Международного

пресс-клуба. – URL: https://pr-club.com/actual/xix-vserossijskij_konkurs.

25. Всероссийский патриотический фестиваль СМИ «Щит России». Сайт фестиваля. – URL: <https://patriotfest.ru/>.

Чумиков Александр Николаевич – доктор политических наук, профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук, Московский государственный лингвистический университет (Москва), e-mail: chumikov@pr-club.com. ORCID 0000-0002-7208-9783

Поступила в редакцию 16 апреля 2024 г.

DOI: 10.14529/ssh240313

STATE MEDIA CONTESTS AS A FORM OF PROMOTING PATRIOTIC VALUES

A. N. Chumikov

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russian Federation

This paper considers Russian state policy and the actions of the media in the formation and promotion of patriotic values. Media contests are highlighted as a key form of implementing such values. The contests are understood as the voluntary and mass involvement of journalists in the cause of patriotic education.

The media in general, and media contests in particular, in federal programs of patriotic education adopted in 2001–2024 and the practice of holding contests by state, public, and commercial organizations are analyzed.

The paper describes a consistently formed national model of such contests, which reached the peak of their popularity in 2020, including the federal and interregional media contests “Patriot of Russia”, “Glory of Russia”, “My Small Homeland”, “Challenge of the 21st Century”. Guidelines for the further development of the media as conduit of patriotic education were presented at the conference “The contribution of the media to the implementation of the state program of patriotic education of Russian citizens”. The conference adopted a “Memorandum on Patriotism”, which functions as an information standard – an ethical guide for the compilation and evaluation of media texts.

Since 2020, patriotic policy, its media components, and media contests have largely moved from federal strategies to federal departmental programs. The number of federal-scale media contests has significantly decreased.

This situation requires correction with a return to the experience and models of the previous period discussed in the article.

Keywords: state policy, patriotic values, patriotic education programs, media contests, organizational and financial support, voluntary involvement, information standard.

References

1. Kontseptsiya patrioticheskogo vospitaniya grazhdan Rossiyskoy Federatsii [The Concept of Patriotic Education of Citizens of the Russian Federation]. 2003. URL: <https://base.garant.ru/6148105/?ysclid=luqpedr0lr572397266>.

2. Makarova L.S. Patriotizm i tolerantnost' kak tsennostnye ustanovki budushchego zhurnalista [Patriotism and Tolerance as the Values of a Future Journalist] // *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*. 2010. № 4 (2). S. 889–892. URL: <http://www.vestnik.unn.ru/ru/nomera?anum=3587>.

3. Ivanov V.K. Gosudarstvennaya politika v sfere sredstv massovoy informatsii [State Policy in the Field of Media] // *Politbook*. 2015. № 3. S. 152–179. URL: https://politbook.online/images/pdf/PolitBook2015_Issue_3.pdf.

4. Gureeva A.N., Kireeva P.A. Formirovanie mediaobraza gosudarstva v kontekste mediatizatsii politicheskoy kommunikatsii [Formation of the Media Image of the State in the Context of Mediatization of Political Communication] // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. «Zhurnalistskiy»*. 2022. № 6. S. 28–55.
5. Galumov E.A. Mezhdunarodnyy imidzh sovremennoy Rossii [International Image of Modern Russia]: dis. ... d-ra polit. nauk. M., 2004. S. 36–43.
6. Vozzhenikov A.V., Kuznetsov A.N. SMI kak sub"ekt formirovaniya patriotizma i grazhdanstvennosti: istoricheskiy opyt i perspektivy [The Media as a Subject of the Formation of Patriotism and Citizenship: Historical Experience and Prospects] // *Kommunikologiya*. 2022. № 10 (1). S. 107–118.
7. Kruchevskaya G.V. Professional'nye tsennosti zhurnalistiki v sfere politicheskoy kommunikatsii [Professional Values of Journalism in the Field of Political Communication] // *Zhurnalistskiy ezhegodnik*. 2014. № 3. S. 56–59. URL: https://journals.tsu.ru/uploads/import/1120/files/3_056.pdf.
8. Smirnova O.V., Steblovskaya S.B. Tsennostnye orientatsii zhurnalistov Rossii i Kitaya: sravnitel'nyy analiz professional'no-eticheskikh kodeksov [Value Orientations of Journalists in Russia and China: Comparative Analysis of Professional Ethical Codes] // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2022. T. 11, № 3. S. 453–472.
9. Tairov A.R. Gazetnye konkursy kak sredstvo prodvizheniya pechatnykh izdaniy na regional'nykh rynkakh SMI [Newspaper Competitions as a Means of Promoting Printed Publications in Regional Media Markets] // *Vestnik Universiteta Rossiyskoy akademii obrazovaniya*. 2008. № 3. S. 19–22. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?edn=nrckod&ysclid=lv0r3b37wb383850065>.
10. Polozhenie o provedenii Vserossiyskogo konkursa na luchshee zhurnalistskoe proizvedenie 2024 goda [Regulations on the All-Russian Competition for the Best Journalistic Work in 2024]. Sayt Soyuzha zhurnalistov Rossii. URL: <https://ruj.ru/contests/szhr-nachinaet-priem-zayavok-na-vserossiiskii-konkurs-na-luchshee-zhurnalistskoe-proizvedenie-2024-goda-21000>.
11. Polozhenie o Vserossiyskom festivale po tematike bezopasnosti i spaseniya lyudey «Sozvezdie muzhestva» [Regulations on the All-Russian Festival on the Theme of Safety and Rescue of People “Constellation of Courage”]. Sayt MChS Rossii. URL: <https://mchs.gov.ru/ministerstvo/meropriyatiya-mchs-rossii/vserossiyskiy-festival-po-tematike-bezopasnosti-i-spaseniya-lyudey-sozvezdie-muzhestva>.
12. Vserossiyskiy konkurs zhurnalistov «Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii» [All-Russian Competition of Journalists “Economic revival of Russia”]. Sayt Torgovo-promyshlennoy palaty RF. URL: <https://jurec.tpprf.ru/usloviya/?ysclid=lue3nxta310176804>.
13. Gosudarstvennaya programma «Patrioticheskoe vospitanie grazhdan Rossiyskoy Federatsii na 2001–2005 gody» [State Program “Patriotic Education of Citizens of the Russian Federation for 2001–2005”]. URL: https://base.garant.ru/1584972/#block_1000.
14. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 11 iyulya 2005 g. № 422 «O gosudarstvennoy programme “Patrioticheskoe vospitanie grazhdan Rossiyskoy Federatsii na 2006-2010 gody”» [Decree of the Government of the Russian Federation of July 11, 2005 № 422 “On the state program "Patriotic education of citizens of the Russian Federation for 2006–2010"”]. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=5&nd=102098946&ysclid=luqlxvtlnw338206929.
15. Gosudarstvennaya programma «Patrioticheskoe vospitanie grazhdan Rossiyskoy Federatsii na 2011–2015 gody» [State Program “Patriotic Education of Citizens of the Russian Federation for 201–2015”]. URL: <https://base.garant.ru/199483/?ysclid=luqm9cwh5676511326>.
16. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 30 dekabrya 2015 g. № 1493 «O gosudarstvennoy programme “Patrioticheskoe vospitanie grazhdan Rossiyskoy Federatsii na 2016-2020 gody”» [Decree of the Government of the Russian Federation of December 30, 2015 № 1493 “On the state program "Patriotic education of citizens of the Russian Federation for 2016-2020"”]. URL: <https://base.garant.ru/71296398/?ysclid=luxs87x8227202506>.
17. Tvorcheskie konkursy [Creative Competitions]. Arkhiv Rospechati. URL: <https://web.archive.org/web/20211111091448/https://fapmc.gov.ru/rospechat/newsandevents/contest.html>.
18. Patriotizm v aktual'nykh traktovkakh, otechestvennykh SMI i soznanii rossiyan [Patriotism in Current Interpretations, Domestic Media and the Consciousness of Russians] / pod red. A.N. Chumikova, Y.P. Kvyatkovskogo. M.: Maska, 2009. 96 s.
19. Plan meropriyatiy po realizatsii v 2021–2025 godakh Strategii razvitiya vospitaniya v Rossiyskoy Federatsii [Action Plan for the Implementation in 2021–2025 of the Strategy for the Development of Education in the Russian Federation]. Sayt Pravitel'stva RF. URL: <http://static.government.ru/media/files/LkiAgAELFrIG0oAFgKCjKdAWdi6jbZU5.pdf>
20. Federal'nyy proekt «Patrioticheskoe vospitanie grazhdan RF» [Federal Project “Patriotic Education of Russian Citizens”]. Sayt Minprosveshcheniya RF. URL: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/>.
21. Rasporyazhenie Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 29 maya 2015 g. № 996-«Strategiya razvitiya vospitaniya v Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda» [Order of the Government of the Russian Federation of May 29, 2015 № 996-r “Strategy for the development of education in the Russian Federation for the period until 2025”] // *Rossiyskaya gazeta*. 8.06.2015. URL: <https://rg.ru/documents/2015/06/08/vospitanie-dok.html>.

22. Itogi Vserossiyskogo konkursa «SMIrotvoret» [Results of the All-Russian Competition “Media Creator”]. Sayt Rosmolodezhi. URL: <https://fadm.gov.ru/news/35-smi-i-blogov-stali-pobeditelyami-vserossiyskogo-konkursa-smirotvoret-2023-/?ysclid=lue462z1fq87619756>.

23. Polozhenie o Vserossiyskom konkurse SMI «Kul'tura Slova» – 2023 [Regulations on the All-Russian Media Competition “Culture of the Word”]. Sayt konkursa. URL: <https://kulturaslova.ru/polozhenie.html?ysclid=luf6heq8uz382494744>.

24. Vserossiyskiy konkurs molodykh zhurnalistov «Vyzov 21 vek» [All-Russian Competition for Young Journalists “Challenge of the 21st Century”]. Sayt Mezhdunarodnogo press-kluba. URL: https://pr-club.com/actual/xix-vserossiyskiy_konkurs.

25. Vserossiyskiy patrioticheskiy festival' SMI «Shehit Rossii» [All-Russian Patriotic Media Festival “Shield of Russia”]. Sayt festivalya. URL: <https://patriotfest.ru/>.

Alexander N. Chumikov – D. Sc. (Philology), Professor of the Department of Communication Technologies at the Institute of International Relations and Socio-Political Sciences, Moscow State Linguistic University (Moscow), e-mail: chumikov@pr-club.com

Received April 16, 2024

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Чумиков, А. Н. Государственные медийные конкурсы как форма продвижения патриотических ценностей / А. Н. Чумиков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2024. – Т. 24, № 3. – С. 111–120. DOI: 10.14529/ssh240313

FOR CITATION

Chumikov A. N. State media contests as a form of promoting patriotic values. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2024, vol. 24, no. 3, pp. 111–120. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh240313
